

	<p>Object: Fabulon kéz és testápoló.</p> <p>Museum: Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum Korona tér 1. 1036 Budapest +36 1 375-62-49</p> <p>Collection: Plakáttár (KP)</p> <p>Inventory number: KP_2018.123.1</p>
--	--

Description

Fabulon kéz és testápoló, márkaplakát
Jlezés nélkül.
Balra fent a Mahir akkori logója.

Sárga alapon félmeztelen, világos alsóneműben ülő nő háta látszik. Középtájt a Fabulon márkanév, alatt a termék típusa "kéz és testápoló" olvasható.

A hetvenes évek második felétől és különösen a nyolcvanas években már túlnyomórészt a grafikai megoldásokat mellőző fotóplakátok hirdették a különféle termékeket. A kor ismert, iskolateremtő művésze Finta József (1931–1994) tervezőgrafikus, reklámfényképész volt, aki többek között az első hazai reklámkampány márkájának, a Fabulonnak betűsorát is megalkotta.

A hetvenes évek az öltözködési kultúra szempontjából is egy új, a korábbi kötöttségeket elvető korszak kezdetét jelentette, elfogadottá vált például a miniszoknya, a forrónadrág stb. viselete. Mindez – megspékelve a korszak zenei és szexuális forradalmának hatásával – a reklámok képi világát, a hirdetésekben szereplő nőképet is nagymértékben megváltoztatta. Nem egyszer hiányos öltözetű nők is megjelennek a reklámnyomtatványokon. Ez a plakát ennek a típusnak egy visszafogott, ízléses példája, az ekkoriban kedvelt sárga alap színe inkább festményszerűvé teszi a képet, mint erotikussá.

A Fabulon-story

1971-ben a Kőbányai Gyógyszerárugyár (1948 előtt: Richter Gedeon Rt.) kozmetikumokkal kezdte bővíteni termékeinek palettáját, így született meg a Fabulon termékcsalád.
A hazai reklámtörténetben az első nagyszabású kampánysorozat e márkához köthető.

Fabulon betűsört Finta József (1931 – 1994) tervezőgrafikus, reklámfényképész alkotta. Az

arculat fontos eleme volt Pataki Ágnes manöken arcképe, aki olyannyira összefonódott a márkával, hogy Fabulon Ágiként is emlegették.

"Eredetileg egy fotós lány, Németh Andrea vizsgasorozatához készült a felvétel. A képekben azonban a lány tanára, Finta tanár úr fantáziát látott és felajánlotta őket a Kőbányai Gyógyszergyárnak, ahol Veres Marika, a gyár PR-igazgatója felfedezett. Így nemsokára plakátokon láttam viszont magam, s egy csapásra a Fabulon kozmetikumok arca lettem, tulajdonképpen véletlenül." (Pataki Ági)

„...úgy gondolom, hogy sokkal inkább a nőkre voltam hatással, mint a férfiakra. Az nem véletlen, hogy egy női kozmetikai szer arcának választottak. A szakember, aki engem erre kiszemelt, nő volt, és olyan arcot keresett, amivel a nőket lehet megcélozni...” (Pataki Ági)

A Kőbányai Gyógyszerárugyár és a Magyar Hirdető közös munkájával, dr. Veres Gáborné reklámszakértő, tanácsadó közreműködésével nagyszabású reklámkampányba kezdtek a Fabulon népszerűsítésére.

Az esztétikus felirat, az ikonikus arc és a Mahirben született fülbemászó szlogen- „Fabulon a bőre őre, Ezt használja nyakra, főre!”- együttes alkalmazásán túl, számos olyan lehetőséget kihasznált a Fabulon reklámkampány, ami által joggal tekinthető fordulópontnak a magyar reklámparban.

Felismerték a csomagolás fontosságát, formatervezőkkel terveztették meg a flakonokat, tubusokat és más csomagolóeszközöket.

A boltok önkiszolgáló rendszere miatt a tervezésnél szempont volt, hogy feltűnő, csalogató csomagolások szülessenek.

A praktikusság olyan szempontjaira is odafigyeltek, mint például, hogy a leginkább csúszós kézzel megfogott naptejes flakonnak érdemes olyan formát adni, ami meggátolja, hogy az kiessen a használó kezéből.

A Fabulon-kampány során használták az árukapcsolás lehetőségét is, így például Medicor kvarclámpához ajándék Fabulon napozó krémet adtak a Keravillban. A testápoló megjelenésekor például két hétig azt kizárólag a Luxus Áruházban lehetett beszerezni. (A ma mindennapos testápoló kifejezést is a Fabulon használta először).

A hagyományos reklámeszközökön túl (feliratos napernyők, műanyag szatyrok, táblák, hirdetések, rádió és tv reklám, prospektus) olyan szenzációnak számító attrakciókat is bevetettek, mint például a Fabulon szót kiíró repülő a Balaton fölött.

Pataki Ági, mint a Fabulon arca több mint két évtizeden át tekintett le a Kálvin térre. A reklámmozaikot, az avantgárd képzőművész, Erdély Miklós készítette 1982-ben. A különleges technikával készült fotókerámia teljesen fagyálló, tisztítható volt és az évek során sem fakult ki. A művész a kép minden kerámiadarabkáját egyenként válogatta ki, s ezeket összeillesztve alkotta meg művét.

A Kálvin téri mozaikhirdetést 2000-ben távolították el a tűzfalról. Hiányát a járókelők nehezen szokták meg, hiszen sokak szemében ez a kép több volt, mint reklám.

„Fabulon kéz és testápoló. Egész bőrének őre!

Rendszeres használata a bőrt rugalmassá, simává, a kiszáradt kézbőrt finom tapintásúvá teszi. A bőrbe dörzsölve azonnal felszívódik, a fürdés vagy mosakodás során elveszett zsírréteget pótolja.”

Basic data

Material/Technique:

Papír, nyomat

Measurements:

82 x 56,5 cm

Events

Created

When

1970s

Who

Where

Keywords

- cosmetics
- fabulon